DOCUMENT RESUME

ED 388 065 FL 023 315

AUTHOR Angelini, Eileen M.
TITLE How To Enhance Intercultural Understanding in the Foreign Language Classroom.
PUB DATE Apr 95
NOTE 23p.; Paper presented at the Annual Eastern Michigan University Conference on Languages and Communication for World Business and the Professions (13th, Ypsilanti, MI, April 6-8, 1995). For related documents, see FL 023 316-328. Some papers may not reproduce well due to light copy.
PUB TYPE Guides - Classroom Use - Teaching Guides (For Teacher) (052) -- Speeches/Conference Papers (150)

EDRS PRICE MF01/PC01 Plus Postage.
DESCRIPTORS Business Administration Education; *Business Communication; Class Activities; Cultural Awareness; French; Higher Education; *Intercultural Communication; *International Trade; *Language Role; Languages for Special Purposes; *Linguistic Borrowing; Reading Comprehension; Second Language Instruction; Vocabulary Development

ABSTRACT

Current and innovative instructional materials and techniques for developing intercultural understanding in international business administration students are discussed, drawing on a seminar on French business language instruction. A group of classroom activities concerning the adoption of English words into the French language, which can be adapted in foreign language or cross-cultural education, are described. Two preliminary activities demonstrate that intercultural understanding is a two-way process, often requiring some historical knowledge. Following these activities, students are given a current events exercise to reinforce the constant necessity for intercultural understanding. In this exercise, articles written from both American and French points of view are examined, and the issues are debated. Three activities based on the articles' lexicon follow. The French article on which the activities are based, and related English articles, are appended. (MSE)

****
* Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made *
* from the original document. *
****

ED 388 065

"How to Enhance Intercultural Understanding
in the Foreign Language Classroom"

by
Dr. Eileen M. Angelini
Assistant Professor of Foreign Languages and Coordinator of the Language Program
Philadelphia College of Textiles and Science
Department of Humanities and Social Sciences
School House Lane and Henry Avenue
Philadelphia, PA 19144-5497

Telephone Numbers:
(215) 951-2799 (mornings)
(215) 951-2613 (afternoons)
(215) 483-2773 (evenings)

FAX Number:
(215) 951-2615

PERMISSION TO REPRODUCE THIS
MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY

Geoffrey N
Leech

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES
INFORMATION CENTER (ERIC)

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION
CENTER (ERIC)

This document has been reproduced as received from the person or organization originating it.

Minor changes have been made to improve reproduction quality.

Points of view or opinions stated in this document do not necessarily represent official OERI position or policy.

FL 023315

BEST COPY AVAILABLE

Having participated in the special training program, *"Enseignement du Français des Affaires,"* at the Centre International d'Études de Langues à Strasbourg from July 18 to August 5, 1994, my paper deals with current and innovative materials on intercultural understanding and international business and how these materials can most effectively be used in the foreign language classroom. The program in Strasbourg was sponsored by the Cultural Services of the French Embassy to the United States and by the Center for International Business Education and Research (CIBER) at San Diego State University, and concentrated mainly on diverse aspects of teaching Business French. I will present materials that are ideally suited for a class in Business French, but that can be easily and readily adapted to other foreign language classes and to classes on cross-cultural communication.

Intercultural understanding is the key to the success of international business. Therefore, foreign language classes must incorporate activities that demonstrate the point of view of both interlocutors: the perspective of the student who is learning the foreign language and that of the native speaker of the same foreign language. In this manner, the student is able better to grasp the multiple facets and nuances of communication. To illustrate clearly my position, I will describe the assignment design of a specific activity and highlight its pedagogical aspects. The activity is based on the law proposed by Jacques Toubon, France's Minister of Culture, that would prohibit further foreign words from entering the French language. The activity design introduces the examination of cultural differences through

the use of articles from French as well as American newspapers and periodicals; and, via small group work and role playing, builds towards a class discussion on intercultural understanding and the international and financial consequences of Toubon's ethnocentric ideas.

To begin the activity, groups of three to four students are formed. The groups are asked to brainstorm about French words that they know are used in English; for example, rendez-vous, coup d'état, or encore. After making their lists, the individual groups present their lists to the entire class. A discussion follows as to why and how these words entered the French language. Many possible opinions are presented. In my experience, the most popular opinion is that most French words entered the English language during the Revolutionary War. This was brought about by the help the French army gave the Colonists and by the ensuing diplomatic relations that were established between the newly formed United States and France. My students have also argued that French words, such as croissant, have only recently entered the English language because foreign foods have become the fashion or the latest trend. By beginning the activity in this manner, students are made aware of the fact that English is not the only language that has world prominence and that English, their own language, is in the continual process of change and adaptation.

Students are then asked to rejoin their small groups and this time to form a list based on English words that they know have entered the French language. Most students produce words such "walkman" or "sweatshirt," and argue that these words have entered

the French language because of the international dominance of American pop culture. They forget however that Sony, a Japanese company, was the first company to introduce the walkman on the world market and that Japanese business practices insist on the fact that they learn the language of the client. Nonetheless, the students are correct in pointing out the influence of American pop culture. Furthermore, students should be made aware of the fact that many English words entered the French language because of the presence of American soldiers in France at the end of World War II.

These two preliminary activities demonstrate to the students that intercultural understanding is a two way street and that to arrive at an understanding between two cultures, there must be a give and take on the part of people of both cultures. Moreover, students begin to recognize that intercultural understanding is a process that requires a knowledge of the previous history that exists between the two cultures.

Following these two brainstorming activities, it is necessary to give the students a current events article that reinforces the constant need for intercultural understanding. In my advanced French classes this past fall, I used the following article: "Le dictionnaire Toubon du management" de Patrick Arnoux (see appendix 1).[1] This article clearly outlines, from a neutral French point of view, Jacques Toubon's proposed law that would prohibit further foreign words from entering the French language. I find this

[1]Patrick Arnoux, "Le dictionnaire Toubon du management," Capital: L'essentiel de l'économie, août 1994, no. 35: 38-43.

article to be neutral because it gives reasons for and against the law and provides a history of this law and its predecessor. Yet because it is quite dense, as I do with all my reading assignments, I gave the students the following ten comprehension questions:

1.) La loi Toubon a été votée en _____.

2.) Pour une première infraction, on impose une amende de _____ FF.

3.) Pour une deuxième infraction, on impose une amende de _____ FF.

4.) Les aspects de la commerce qui sort touchés par la loi Toubon sont: _____, _____, _____, _____, et _____.

5.) Parmi tous les milieux professionnels concernés par la loi Toubon, les plus touchés sont ceux des _____, des _____, et des _____.

6.) L'entreprise qui a le mieux prévu les conséquences de cette loi est _____.

7.) Quand un slogan paraît en anglais, il faut que les annonceurs utilisent _____.

8.) Relevez deux exemples de mots anglais associées aux marques de produits et leur remplacements français.

a.) "_____" remplacé par "_____"

b.) "_____" remplacé par "_____"

9.) Trouvez un argument ***contre*** la loi Toubon: _____

_____.

10.) La loi Toubon se rapporte à une loi du 31 décembre 1975 sur l'emploi de la langue française. La première loi n'a pas marché parce que _____

_____.

After fully discussing Patrick Arnoux's article, and in order to provide a balanced perspective on this sensitive issue, I supply my students with an article from an American point of view. This past fall, I gave my students the following article: "Bar English? French Bicker on Barricades" by Marlise Simons (see appendix 2).[2] I also give my students, "Defending the 'French Way': French Ministers Take Stands on French Language" by Howard LaFranchi (see appendix 3)[3], in order to give them as much an international perspective as possible. A discussion was then held

---

[2]Marlise Simons, "Bar English? French Bicker on Barricades," New York Times 15 March 1994: A1.

[3]Howard LaFranchi, "Defending the 'French Way': French Ministers Take Stands on French Language," The Christian Science Monitor 4 March 1994.

on the differences in points of view among the three articles. To best foster the discussion, students should be encouraged to maintain their opinions based on whether or not they agree with the material presented in the articles.

This preceding discussion should lead to a debate. To prepare the students for this debate, I propose three functional activities that allow the students to become more familiar with the vocabulary. All three activities are based on the lexicon at the end of the Arnoux article (see appendix 1):

Activity A: Students carefully read the vocabulary list and then classify the words by function: nouns, verbs, adjectives, and adverbs. While studying the vocabulary list, students should note the length of the French equivalents; how they are formed; and if they are not new coinages, how they are currently used for other purposes.

Activity B: Role playing: in groups of three, students write three dialogues using the franglais words and expressions found in the lexicon at the end of the Arnoux article. Examples of dialogues are given in the body of the lexicon.

Activity C: Role playing: based on the dialogues created in Activity B, the students, in their groups of three, must now introduce the role of the interpreter who will change the franglais words and expressions into pure French according to the requirements of the loi Toubon. Examples of dialogues with

franglais which is then translated into pure French are given in the body of the lexicon. In class, the students will be obligated to present their dialogues to their classmates.

The combination of the three preceding activities highlights the consequences of the loi Toubon. If the students are to be international businesswo/men, they will need to know how a term is used both before and after the loi Toubon. This is especially true since now private industry will be allow to continue to use franglais and public industry will have to follow the requirements of the loi Toubon.

Possible financial consequences of the loi Toubon are discussed. In particular, the question of how advertising will be handled is addressed: for example, possible differences among local, glocal, and global marketing techniques. Students design an advertisement, first according to the use of franglais and then according to the loi Toubon. A class discussion examines the differences in the two designs.

However, even if the students are not planning on working in international business, these exercises demonstrate the need for intercultural understanding. Students need to be aware of the fact that the French are very proud of their language and are seriously concerned about its demise. The role of the Académie Française should be introduced into the discussion.

As an example of how one might adapt these activities to other foreign language classes[4], I asked students in my Spanish classes to make lists of how many Hebrew and Arabic words they knew had entered the Spanish language and how they had entered. To further this discussion, we examined how these words had remained in the language or had been transformed. Two examples of supplementary readings of the Jewish and Muslim influence on the Spanish language are: "The End of Tolerance" by Howard LaFranchi[5] and "For Jews, Edict a Resounding Memory" by Jane A. Lampmann[6] (see appendix 4). As a follow-up activity, we also investigated how the meaning of some Spanish words changes as one moves from Spanish speaking country to another. For example, the word guagua means "bus" in Puerto Rico and Cuba, **but** it means "baby" in Peru and Chile. Students studied the reasons for the dramatic change in meaning of the word guagua that arose from its different origins . A discussion ensued about cross-cultural misunderstandings, as well as the need for American businesswo/men to be aware of these changes in meaning. I also asked my Spanish students to research the history of the word gringo. A class

---

[4]To adapt these activities to classes on cross-cultural communication, the teacher need only ask students to make a list of foreign words they know exist in English and a second list of English words they know exist in other languages. The same articles can be used. However, an English summary of the French article should be provided so that the lexicon would still be useful.

[5]Howard LaFranchi, "The End of Tolerance," The Christian Science Monitor 1 April 1992: 9

[6]Jane A. Lampmann, "For Jews, Edict a Resounding Memory," The Christian Science Monitor 1 April 1992: 9.

discussion was held on this word's origins and the implications it has in today's world.

In conclusion, the main role of the foreign language teacher is to have her/his students think and react in the foreign language. Just as important as the manner by which we teach our students to think and react in a foreign language, however, is that we make them aware of the cultural differences that exist in today's world and of the need to meet the challenges of intercultural understanding in a growing interdependent world.

Bibliography

Arnoux, Patrick. "Le dictionnaire Toubon du management." Capital: L'essentiel de l'économie août 1994, no. 35: 38-43.

LaFranchi, Howard. "The End of Tolerance." The Christian Science Monitor 1 April 1992: 9.

-----. "Defending the 'French Way': French Ministers Take Stands on French Language." The Christian Science Monitor 4 March 1994.

Lampmann, Jane A. "For Jews, Edict a Resounding Memory." The Christian Science Monitor 1 April 1992: 9.

Simons, Marlise. "Bar English? French Bicker on Barricades." New York Times 15 March 1994: A1.

Le dictionnaire Toubon du management

Vigilance : tout cadre doit désormais surveiller son vocabulaire. L'emploi d'une expression étrangère dans un document important – publicité, contrat, offre d'emploi – peut lui coûter très cher !

Un constructeur automobile qui vante, dans ses publicités, les «airbags» de ses voitures ; un P-DG qui passe une petite annonce pour recruter un directeur de «marketing» ; un banquier qui inscrit le mot «broker» sur le contrat de travail d'un nouveau collaborateur... Ces trois professionnels, sachez-le, sont désormais hors la loi ! Leur «crime» ? Utiliser un terme étranger en lieu et place d'une expression française dans un des nombreux documents concernés par la loi Toubon, votée en juillet dernier.

A première vue, les 10 000 francs d'amende (20 000 francs en cas de récidive) paraissent peu dissuasifs. Mais seuls les distraits n'ayant pas bien lu ce texte législatif peuvent avoir cette impression. Pour un mode d'emploi aux consonances trop anglophones, une traduction française trop discrète sur une affiche ou un emballage, l'amende peut être multipliée par le nombre d'infractions constatées. Exemple : s'il commercialise 100 000 boîtes de petits pois en ne respectant pas la «norme Toubon», un fabricant risque théoriquement d'avoir à payer 100 000 fois l'amende. Il suffit que le juge soit un puriste ! De surcroît, n'importe quelle association de défenseurs de la langue française peut se porter partie civile et obtenir des dommages et intérêts.

Aussi la plupart des entreprises étudient-elles très sérieusement, depuis quelques mois, les parades à cette loi et les précautions à prendre. Certains de

“Un sponsor généreux, féru de marketing, a financé ce long métrage à partir d'un story-board. J'y joue le rôle d'un compositeur de jingle”
Clint Eastwood, acteur et réalisateur américain
“J'ai vu votre tout dernier film dans un ciné-parc américain, la distribution artistique est vraiment épatante”
Jacques Toubon, ministre de la Culture
Le président du jury du Festival de Cannes dialogue avec notre ministre de la Culture

BEST COPY AVAILABLE

leurs «managers» – pardon «manageurs» – épluchent en ce moment un pavé orange de 430 pages. Non pas un manuel de gestion, mais un document édité par le «Journal officiel» qui répertorie et traduit les milliers de mots proscrits par notre ministre de la Culture. Des mots qui truffent encore notes de service, offres d'emploi, slogans publicitaires, étiquettes et modes d'emploi des produits de grande consommation.

Les milieux professionnels concernés ? Tous. Mais, plus encore que les autres, ceux des consultants, des financiers et des informaticiens. Les grands du conseil, comme Gemini Consulting, importent des Etats-Unis tous leurs outils de travail. En anglais, évidemment. «La richesse du vocabulaire est la résultante d'un rayonnement économique, constate le patron de ce cabinet, Jean Hœpptner. Il se trouve que, dans notre métier, les Etats-Unis dominent. Mieux vaut donc s'attaquer aux causes qu'aux effets.»

IBM traque les anglicismes et édite un dictionnaire maison

Curieusement, les firmes les plus prévoyantes et les plus «civiques» sont... américaines. Depuis 1960, IBM réunit ainsi, deux fois par mois, son «comité du vocabulaire» – une dizaine de spécialistes qui traquent les anglicismes et diffusent un dictionnaire de 300 pages des termes à utiliser dans la maison. Mais Big Blue fait vraiment figure d'exception... La chasse au «franglais» risque – à supposer que les juges aient le temps de s'y livrer – d'être un sport épuisant. Car la tendance de fond est justement inverse : partout, l'anglo-saxon s'impose.

Sur la planète informatique, notamment, les Etats-Unis ont toujours donné le «la». Inutile, par exemple, d'espérer travailler à «The Document Company, Rank Xerox» (nouvelle raison sociale du géant de la bureautique) si vous ne savez pas jongler avec les deux notions maison : le «management practice survey» et l'«employee satisfaction survey». D'ailleurs, vous y seriez irrémédiablement considéré comme «has been» (pardon, «avoir été») si vous ne réagissez pas lorsque l'on sollicite votre «empowerment» (capacité à diriger). «Tous nos outils de gestion sont mis au point par la maison mère et imposés aux filiales. Il est plus pratique pour nos cadres d'utiliser les transparents américains et les rapports mensuels édités là-bas», explique Jean-Claude Alexandre, directeur de la communication.

Malgré ses excès, l'espéranto anglo-américain des affaires est compris de Chicago à Oslo, en passant par Tokyo. Le fait qu'il ne soit pas parlé dans les PME de Saint-Malo ou de Carpentras n'est pas très grave. Mais qu'il s'étale dans les publicités grand public est plus gênant. «Think different, think Pepsi», «Nike. Just do it», «Always Coca-Cola». Marketing mondial oblige : dans leurs campagnes publicitaires, les grandes marques internationales font forcement fi du particularisme linguistique des pays où elles vendent. Découvrant à l'aéroport de Roissy l'interpellation d'American Express – «We are here to help» – Jacques Toubon aurait littéralement bondi de fureur. Aussi la loi oblige-t-elle les annonceurs à utiliser des caractères de même taille pour les slogans en anglais ou franglais et leur traduction. «Le but est louable, mais les moyens choisis ne sont pas les bons : nous nous pliérons quand même à la nouvelle réglementation», soupire Nicolas Faure, d'American Express.

Il est dorénavant interdit d'utiliser des slogans étrangers

Les mieux organisés comme Pepsi, Nike, Coca-Cola ou McDonald's (big mac, happy meal) ont déjà déposé leurs slogans ou appellations de produits pour en faire des marques. Juste à temps : désormais, la loi Toubon l'interdit. Les «scoopers» – comprenez «serveurs» – du glacier Häagen-Dazs pourront-ils encore longtemps jongler avec leurs «chocolate explosion» et autres «Cookie dough dynamo» ? Pas sûr.

Dans les multinationales, françaises ou étrangères, où la pratique de l'anglais va de soi, tout cela paraît bien ridicule et peu opérationnel. «Une seule règle pour les campagnes publicitaires de nos clients : penser global et agir local. Bien sûr, nous respecterons la loi, à chaque fois qu'un terme français traduit convenablement une expression américaine. Mais comment transposer "prime time" ou "benchmark" ?» interroge le vice-président de Publicis, Bertrand Siquier. Son confrère Jacques Séguela est plus virulent : «Ce texte est débile : la pub cueille les mots sur les trottoirs comme des fleurs. La langue française doit s'enrichir de ce métissage. Sinon ce sera une langue morte...»

Avec ses autoroutes électroniques mondiales qui risquent de vous laisser sur une «bretelle» parisienne si vous utilisez les accents du français, cette réaction donne une idée de l'ampleur du combat – d'arrière-garde ? – mené par notre ministre de la Culture.

Patrick Arnoux ■

Ce que la loi Toubon permet, ce qu'elle interdit...

Chaque année, les services de la répression des fraudes dressent une centaine de PV aux entreprises qui enfreignent la loi du 31 décembre 1975 sur l'emploi de la langue française (publicité, slogans ou mentions non traduites, défaut de mode d'emploi en français). Mais les amendes – 600 francs – étaient jusqu'à présent peu dissuasives. Le texte préparé par Jacques Toubon alourdit ces pénalités et prévoit surtout un certain nombre de nouvelles dispositions qui concernent directement la vie des affaires, et plus particulièrement la communication interne et externe des sociétés.

Communication interne

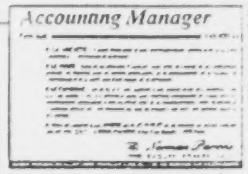
● Les contrats de travail, règlements intérieurs, notes de service et tout document comportant des obligations pour les salariés, ils doivent impérativement être rédigés en français et ne comporter aucun terme étranger.

Communication externe

● Les offres d'emploi. Elles ne doivent pas contenir d'expressions étrangères lorsqu'une traduction existe en français. Cela concerne plus particulièrement les intitulés de postes.

● Les campagnes publicitaires. Jusqu'à présent, lorsque des annonceurs utilisaient des termes étrangers, ils étaient tenus d'en donner la traduction. Ce qu'ils faisaient certes volontiers... mais en tout petits caractères dans un coin de la page ou de l'affiche. Désormais, la traduction française doit figurer exactement dans les mêmes proportions (même taille, typographie identique) que les termes étrangers.

L'association «Avenir de la langue française» collectionne ce genre d'infractions et intervient devant les tribunaux.



Chaque infraction, comme celle-ci, peut coûter 10 000 francs.

● Les slogans. Il est désormais interdit de les protéger en les déposant comme marque à l'Institut national de la propriété industrielle.

● Les contrats, factures, modes d'emploi et garanties. L'utilisation de termes étrangers est, là encore, interdite dans la mesure où il existe un équivalent français (mentionné dans le «Dictionnaire des termes officiels» édité par le «Journal officiel»). Les infractions relevées par les agents de police judiciaires et les fonctionnaires de la répression des fraudes peuvent aller de 1 000 à 10 000 francs et jusqu'à 20 000 francs en cas de récidive.

BEST COPY AVAILABLE

"Le listage que la manageuse a tire du remue-méninges est vraiment remarquable, grâce au synergiciel"
"Le listing que le manager a tiré du brainstorming est vraiment remarquable grâce au groupware"
"Son planning prévoit un benchmark la semaine prochaine et un debriefing dans un mois"
"Son planigramme prévoit un test de performances la semaine prochaine et une critique dans un mois"
Management

Le vocabulaire du cadre

Benchmark *(test de performances)* : se dit de comparaisons permettant d'apprécier les performances d'une installation technique ou d'un service...

Brainstorming *(remue-méninges)* : technique de groupe destinée à stimuler l'imagination des participants en vue de leur faire produire le maximum d'idées dans le minimum de temps.

Check-list *(liste de vérification)* : procédure méthodique qui permet un contrôle rigoureux à partir d'une énumération de termes à vérifier.

Debriefing *(critique)* : séance ou réunion de compte rendu de restitution de discussions et de conclusions éventuelles permettant d'analyser les résultats d'une activité.

Groupware *(synergiciel)* : programme informatique conçu pour le travail en équipe.

Hot line *(numéro d'urgence)* : ligne téléphonique consacrée à la maintenance et la fourniture de conseils, le plus souvent dans les domaines informatiques.

Joint-venture *(coentreprise)* : projet économique élaboré par une association d'entreprises constituée selon des modalités diverses et permettant en général de bénéficier des synergies des entreprises associées.

Leader *(premier, première)* : toujours en tête.

Listing *(listage)* : document en continu produit par une imprimante d'ordinateur.

Manager *(manageur, manageuse)* : hier, ils étaient cadres, responsables, mots beaucoup plus français que celui tiré du verbe anglais «to manage» (manier)

Planning *(planigramme)* : toujours précis, rarement respecté.

Training *(entrainement, formation, instruction)* : session utilisée le plus souvent pour la formation.

Le jargon du publicitaire

Cash and carry *(payer-prendre)* : technique de vente en libre-service appliquée à la vente en gros.

Convenience store *(bazarette)* : petit établissement commercial de moins de 120 mètres carrés. Un personnel réduit y offre des produits et services variés.

Corporate advertising *(publicité institutionnelle)* : publicité concernant l'image globale d'une firme.

Couponing *(couponnage)* : opération qui consiste à promouvoir un produit ou un service à l'aide d'un coupon-réponse.

Customisation *(particularisation)* : adaptation d'un matériel fabriqué en série aux exigences particulières d'un usager.

Designer *(stylicien)* : professionnel travaillant sur la conception et l'esthétique d'un produit.

Discount *(discompte)* : système de commercialisation permettant d'offrir au client des produits à prix réduits.

Incentive-tour *(voyage de stimulation)* : pour des salariés, voyages destinés à stimuler ou à récompenser des efforts commerciaux.

Marketing *(mercatique)* : ensemble des actions destinées à détecter les besoins et à adapter la production et la commercialisation.

Mediaplanning *(plan média)* : répartition des messages publicitaires dans les médias.

Merchandising *(marchandisage)* : technique permettant d'assurer le meilleur écoulement des produits.

Package *(achat groupé)* : achat d'un ensemble de programmes à un même vendeur.

Packaging *(emballage)* : enveloppe extérieure d'un produit assurant sa présentation, facilitant son transport et sa mise en rayon.

Phone marketing *(mercaphonie)* : méthode de vente par téléphone.

Phoning *(démarchage téléphonique)* : technique de prospection de vente et d'enquêtes commerciales fondée sur les appels téléphoniques en nombre et ciblés.

Rough *(crayonné)* : avant-projet donnant une idée première de la réalisation publicitaire envisagée.

Scoop *(exclusivité)* : information diffusée en primeur par un journal, une radio ou une télévision.

Shopping center *(centre commercial)* : ensemble de bâtiments commerciaux entourés d'une aire de stationnement.

Sponsor *(parrain, parraineur)* : personne physique ou morale qui soutient l'organisation d'une manifestation, financièrement, afin d'obtenir la contrepartie des effets publicitaires.

Story-board *(scénarimage)* : description détaillée et dessinée des différentes scènes avant le tournage d'un film.

Teaser *(aguiche)* : phase initiale d'une campagne publicitaire se présentant sous forme d'énigme destinée à inciter et à maintenir l'attention du public.

World trade center *(centre d'affaires international)* : regroupement dans un même lieu de prestations de services destinées à faciliter les échanges internationaux.

Le lexique du financier

Blue chip *(valeur de premier ordre)* : à la Bourse, action de grande qualité.

Boom *(boum)* : hausse subite des cours de valeurs ou de marchandises et, par extension, d'indices économiques en ces domaines ou dans d'autres.

Broker *(courtier)* : intermédiaire qui intervient pour le compte de tiers en transmettant leurs ordres sur les marchés de capitaux et des marchandises.

BEST COPY AVAILABLE

Cash *(comptant, espèces)* : immédiatement, certes, mais toujours en liquide.

Currency swap *(échange de devises dues)* : échange entre deux entités du service de dette en monnaies différentes selon un cours de change initialement défini.

Debt equity swap *(échange de créances contre actifs)* : cession de créances bancaires détenues sur des agents d'un pays, dont le produit sert obligatoirement à l'achat d'actifs dans ce même pays. Les créances sont cédées contre de la monnaie nationale du pays débiteur, laquelle est réinvestie dans l'achat des actifs.

Debt swap *(échange de créances)* : échange, entre deux banques ou organismes financiers, de créances privées ou publiques essentiellement sur des pays différents pour rééquilibrer géographiquement leurs portefeuilles de créances.

Deposit *(dépôt de garantie)* : fraction du prix d'une marchandise, d'un service ou d'un actif financier acheté à terme, versée au moment de la conclusion du contrat.

Factoring *(affacturage)* : technique de gestion financière par laquelle, dans le cadre d'une convention, un organisme spécialisé gère les comptes clients des entreprises en acquérant les créances, en assurant le recouvrement pour son propre compte ou en supportant les pertes éventuelles sur les débiteurs insolvables.

Fixing *(fixage)* : procédure de cotation par laquelle est fixé le cours d'une valeur telle que valeur mobilière, or ou devise.

Fundamentals *(bases)* : conditions générales de la santé d'une économie, approchées notamment par référence à l'état des grands équilibres macroéconomiques et macrofinanciers. Il convient d'éviter le terme fondamentaux.

Gap *(écart)* : terme signifiant différence ou retard et utilisé dans divers contextes.

Gatt, General Agreement on Tariffs and Trade *(Agetac, Accord général sur les tarifs et le commerce)* : organisation qui régit les relations commerciales entre ses 107 Etats membres.

Goodwill *(fonds commercial, écart d'acquisition, survaleur)* : différence entre le prix payé par l'acheteur d'une entreprise et la somme de valeurs attribuées à chaque élément du bilan.

Hot money *(capitaux fébriles)* : capitaux spéculatifs passant d'une place à une autre, prêts à se placer à court terme suivant la variation des taux d'intérêt et l'appréciation des risques de change.

In substance defeasance *(désendettement de fait)* : technique consistant à faire disparaître du bilan d'un débiteur des dettes dont l'existence juridique subsiste, mais dont le service est confié à un organisme tiers auquel des titres ou valeurs sont transférés irrévocablement à cet effet.

Interest swap ou interest rate swap *(échange de taux d'intérêt)* : opération par laquelle deux entités ayant contracté des emprunts selon des modalités de taux d'intérêt différentes (par exemple taux fixe et taux variable) s'échangent les services de leur dette en compensant périodiquement le montant des intérêts dont elle deviennent ainsi mutuellement redevables.

Lease back *(cession-bail)* : technique de crédit dans laquelle l'emprunteur transfert au prêteur la propriété d'un bien que l'emprunteur rachète progressivement, suivant une formule de location assortie d'une promesse unilatérale de vente.

Leasing *(location avec option d'achat, LOA)* : technique de crédit dans laquelle le prêteur offre à l'emprunteur la location d'un bien, assortie d'une promesse unilatérale de vente, qui peut se dénouer par le transfert de la propriété à l'emprunteur, cette technique fait en France l'objet d'un réglementation législative explicite.

New money *(crédit de restructuration)* : dans le cadre de la restructuration de la dette de certains pays, financement additionnel à moyen terme réparti entre les banques au prorata de leurs encours sur le pays et associé à un rééchelonnement.

Off shore *(extraterritorial)* : qualifie les activités bancaires et financières domiciliées dans des places étrangères.

Pool *(syndicat de prise ferme, tour de table)* : réunion de différents apporteurs de capitaux.

Price earning ratio *(coefficient de capitalisation des résultats)* : coefficient par lequel il convient de multiplier le bénéfice net par action pour retrouver le cours coté.

Raider *(attaquant)* : initiateur d'une offre publique sur les titres d'une société conduite dans une logique exclusivement financière.

Rating *(notation)* : évaluation qualitative d'une société ou d'un titre émis par une société, notamment au regard de sa solvabilité mais ne constituant jamais une recommandation d'achat ou de vente.

Reporting *(déclaration des ordres – dans le domaine bancaire – reddition de comptes – dans le domaine comptable)* : détails, souvent mensuels, parfois trimestriels, des principales données comptables (chiffre d'affaires, résultat…).

Revolving credit *(crédit permanent)* : technique selon laquelle un établissement prêteur ouvre à un client un crédit dans la limite d'un montant maximum qui, pendant la durée du contrat, peut être utilisé en totalité ou en partie aux dates et au choix du client ; les remboursements librement effectués dans le cadre du contrat reconstitue le crédit à concurrence du capital remboursé, permettant ainsi au client de nouvelles utilisations.

Scoring *(scorage)* : technique d'évaluation qualitative d'un client emprunteur sous l'angle de sa solvabilité.

Spot credit *(crédit ponctuel)* : crédit à court terme dont le montant et les conditions sont négociés au coup par coup.

Swap *(échange financier)* : opération par laquelle deux ou plusieurs entités échangent des éléments de leurs créances ou de leurs dettes, pouvant être libellées dans la même monnaie ou dans des monnaies différentes.

Suite page 4

"Sais-tu que ton story-board doit prévoir une mise en place des produits dans un cash and carry ?"
"Sais-tu que ton scénarimage doit prévoir une mise en place des produits dans un payer-prendre ?"
"Oui, mais le directeur mercatique et le stylicien veulent une autre aguiche et une vente en bazarette et par mercaphonie"
"Oui, mais le directeur marketing et le designer veulent un autre teaser et une vente en convenience store et par phoning"
Publicité

BEST COPY AVAILABLE

A bannir de votre vocabulaire : corridor, charter, scanner,

"Le raider de BSN, dont le scoring est mauvais, a constitué un pool d'actionnaires"
"L'attaquant sur BSN, dont le scorage est mauvais, a constitué un syndicat de prise ferme"
"Les capitaux fébriles provoquent un boum dont profitent les valeurs de premier ordre"
"L'hot money provoque un boom dont profitent les blue chips"
Finances

▶ *Suite de la page 41*

Venture capital *(capital-risque)* : investissements à risques assortis de gains potentiels élevés, consistant en prises de participations dans des entreprises œuvrant dans les techniques de pointe, les idées nouvelles et sur les marchés risqués, réalisés notamment par des sociétés spécialisées, dites sociétés de capital-risque.

Le français de l'ingénieur et de l'informaticien

Aquaplaning *(aquaplanage)* : perte d'adhérence des roues d'un véhicule sur une surface d'eau due à la formation d'une pellicule d'eau entre les pneus et cette surface.

Airbag *(sac gonflable)* : dispositif de sécurité pour les places avant d'une automobile.

Back up *(de secours)* : qualifie les procédures et les matériels destinés à être utilisés dans certains cas d'anomalie de fonctionnement.

Bug *(bogue)* : défaut de conception ou de réalisation dans un programme informatique se manifestant par des anomalies.

Bulldozer *(bouteur)* : engin de terrassement.

Caméraman *(cadreur)* : professionnel responsable au cinéma ou à la télévision des prises de vue.

Crash *(écrasement)* : accident qui intervient lors de l'atterrissage ou de l'amerrissage non maîtrisé ou du décollage.

CD-ROM *(disque optique compact)* : support permettant de consulter des données informatiques par un procédé optique.

Chip *(puce)* : microprocesseur constituant le cœur des micro-ordinateurs.

Computer *(calculateur)* : machine à calculer effectuant automatiquement des opérations numériques, logiques ou analogiques dans le cas d'un calculateur numérique à programmer, cette machine est appelée ordinateur.

Container *(conteneur)* : caisse de dimensions normalisées utilisée pour le transport de marchandises.

Debug *(déboguer)* : éliminer les bogues.

Flat twin *(bicylindre à plat)* : moteur à explosion à deux cylindres opposés et à axes parallèles.

Jerrican *(nourrice)* : le bon vieux bidon d'essence ou de gasoil, qui permet d'alimenter les moteurs.

Mainframe *(macro-ordinateur)* : définit les grosses unités centrales informatiques.

Notepad computer *(ardoise électronique)* : ordinateur portatif sans clavier dans lequel les données sont entrées par saisie directe sur l'écran.

On line *(en ligne)* : se dit d'un matériel lorsqu'il fonctionne en relation directe avec un autre.

PAO *(éditique)* : ensemble des outils, services et moyens informatiques appliqués à l'édition (journaux, livres...).

Scanner *(scanneur)* : appareil permettant de reproduire des images et graphiques en les numérisant.

Software *(logiciel)* : ensemble des programmes et éventuellement de la documentation relatifs au fonctionnement d'un ensemble de traitements de données.

Spoiler *(déflecteur)* : dispositif aérodynamique modifiant l'écoulement de l'air autour d'un véhicule.

Time sharing *(partage de temps)* : se dit dans le cas de l'utilisation d'ordinateurs pour plusieurs tâches distinctes.

L'abécédaire des loisirs, du sport et des voyages

Ace *(trou en un, as)* : service gagnant, le relanceur ayant touché la balle sans pouvoir la contrôler.

Albatros *(albatros, monstre)* : au golf, trois coups en dessous du par.

Au finish *(à l'arraché)* : qualifie une victoire remportée au tout dernier moment. Il convient d'employer l'expression triompher à l'arraché, non triompher au finish.

Birdie *(oiselet)* : au golf, trou effectué en un coup en dessous du par.

Box *(compartiment)* : dans un garage, emplacement cloisonné, clos ou non, destiné au stationnement d'un véhicule.

Break *(brèche)* : écart de deux jeux d'avance. Les expressions faire la brèche ou créer la rupture sont proposées en équivalent de faire le break. On peut aussi parler d'une balle de brèche ou d'une balle de rupture.

Bunker *(ensable)* : au golf, il s'agit d'un obstacle de sable.

Caddie *(cadet, -ette)* : personne qui transporte les cannes d'un joueur de golf et le conseille éventuellement.

Camping-car *(autocaravane)* : véhicule aménagé pour le tourisme.

Car-ferry *(transbordeur)* : navire assurant le transport de voyageurs et de véhicules privés et commerciaux.

Caravaning *(caravanage)* : utilisation de la caravane comme moyen de déplacement et de séjour touristique.

Casting *(distribution artistique)* : choix des artistes permettant la répartition des rôles dans un film ou une pièce.

Challenge *(challenge)* : épreuve sportive au cours de laquelle le détenteur d'un titre est l'objet d'un défi. Par extension, trophée récompensant le vainqueur ou les vainqueurs de certaines épreuves. Ce terme se prononce à la française.

Charter *(affréter)* : prendre en location un véhicule de transport collectif soit pour un parcours précis, soit pour une durée déterminée.

Club *(canne)* : outil du golfeur destiné à propulser la balle (le terme canadien pour canne est «bâton»).

Clubhouse *(maison de club)* : local ou se réunissent les membres d'un club sportif.

Cockpit *(habitacle)* : abrite le poste de pilotage dans un avion ou une voiture de course.

Compact Disc *(disque compact)* : appellation courante du disque audionumérique. Le terme Compact Disc, qui est une marque déposée, ne doit pas

"Notre mainframe t'a donné le listing des engins nécessaires pour ce chantier"
"Notre macroordinateur t'a donné le listage des engins nécessaires pour ce chantier"
Ingénieurs

BEST COPY AVAILABLE

jerrican, break, club, bug...

être employé.

Corner *(sur l'angle)* : au football, on peut dire aussi coup de coin, coup de pied de coin et jet de coin.

Corridor *(couloir)* : espace intérieur de circulation, de largeur modérée, donnant accès à des pièces ou à d'autres espaces.

Deuce *(égalité)* : au tennis, fait, pour deux joueurs ou deux équipes, d'arriver à égalité à 40 dans un jeu.

Dinghy *(canot pneumatique)* : embarcation de sauvetage gonflable.

Drive-in cinema *(ciné-parc)* : cinéma de plein air où le spectateur assiste à la projection assis dans sa voiture.

Driver *(bois un)* : au golf, bois utilisé pour envoyer la balle le plus loin possible.

DJ *(animateur)* : présentateur d'une émission de disques de variétés. Ni le terme «disc-jockey» ni l'abréviation «DJ» ne doivent être utilisés.

Duty free shop *(boutique hors taxes)* : boutique où sont vendues des marchandises qui ne sont pas soumises au paiement de droits et/ou de taxes.

Escalator *(escalier mécanique)* : remplace les ascenseurs dans le métro et les grands magasins.

Fast-food restaurant *(restoviste)* : le plus rapide pour une petite faim.

Flash *(éclair)* : lumière intense et brève.

Ferry-boat *(transbordeur)* : pratique pour se «transborder» en Angleterre.

Goal *(but)* : espace délimité par deux poteaux et une barre transversale dans lequel doit pénétrer le ballon. Point marqué quand le ballon a pénétré dans le but. Gardien de but.

Green fee *(droit de jeu)* : somme que le joueur doit acquitter pour utiliser un parcours dans un club de golf dont il n'est pas membre.

Hit-parade *(palmarès)* : classement des meilleurs succès dans le domaine des variétés.

Houseboat *(coche de plaisance)* : on peut aussi employer le terme «coche» pour cette plaisante habitation flottante.

Hovercraft *(aéroglisseur)* : véhicule terrestre, marin ou amphibie à sustentation pneumatique.

Jingle *(sonal)* : message diffusé sur les médias audiovisuels généralement fondé sur un thème musical répétitif.

Kit *(prêt-à-monter)* : le fabricant vous a laissé une partie du travail à faire.

Kitchenette *(cuisinette)* : petite partie d'une pièce aménagée à usage de cuisine. Le terme kitchenette ne doit pas être employé.

Let *(filet)* : au tennis, annonce qui indique qu'une balle d'engagement, tombée dans la surface réglementaire après avoir touché le filet, est à rejouer.

Lifting *(remodelage, restylage ou lissage)* : technique chirurgicale destinée à supprimer les rides du visage.

Living-room *(salle de séjour)* : la pièce où il fait bon vivre pour le «cocooning».

Meeting *(réunion sportive)* : et lorsqu'elle est politique, elle peut être sportive aussi.

Motor-home *(autocaravane)* : caravane autotractée ou véhicule automobile dont l'intérieur est équipé pour le séjour.

Nomine *(sélectionné)* : dernière et courte liste d'où émergera le gagnant.

One-man show *(spectacle solo)* : seul face à la foule.

Open *(ouvert, tournoi ouvert)* : une compétition accessible à des athlètes de statut différent.

Pack *(paquet)* : au rugby, le groupe des huit avants de l'équipe.

Package *(achat groupé)* : un lot de produits.

Passing-shot *(tir passant)* : au tennis, coup placé à trajectoire tendue qui met la balle hors de portée de l'adversaire avancé.

Penalty *(tir de réparation)* : au football, après une faute dans la surface de réparation.

Play-back *(rejeu)* : action de faire repasser tout ou partie de l'information enregistrée.

Practice *(terrain d'entraînement)* : permet de s'entraîner à trouver les bons gestes du golf.

Ranger *(brodequin à guêtre)* : matériel d'intendance désignant un type de chaussure pour tenue de campagne.

Score *(marque)* : décompte des points d'une rencontre sportive.

Speaker *(annonceur, annonceuse)* : personne qui fait les annonces au cours d'une rencontre sportive

Sprint *(emballage)* : accélération finale dans une course cycliste.

Standing *(classe)* : appréciation globale du confort et de l'aspect d'un immeuble de qualité.

Starter *(enrichisseur)* : dispositif d'aide au démarrage à froid d'un moteur à étincelle. Le mot anglais starter ne doit pas être utilisé.

Starter *(départeur)* : personne qui donne le signal du départ lors d'une compétition sportive.

Starting-block *(bloc de départ, cale de départ)* : instrument fixé au sol sur lequel le coureur cale ses pieds.

Supporter *(supporteur, supportrice)* : consacre son enthousiasme à son équipe préférée.

Surbooking *(sur-réservation)* : réservation qui ne peut pas être honorée, faute de place.

Swing *(balancé, mouvement)* : ensemble de gestes effectués par le joueur de golf pour projeter la balle.

Tennisman, tenniswoman *(joueur, -euse de tennis)* : ils rêvent tous d'être classés à l'ATP...

Tie-break *(échange décisif)* : au volley-ball, échange qui conclut une manche destiné, en cas d'égalité à 16 points partout, à départager les équipes. Jeu décisif au tennis.

Top niveau *(haut niveau)* : la traduction fait perdre la notion de sommet.

Tour operator *(voyagiste)* : avec leurs opérations, certains voyagistes peuvent jouer de mauvais tours !

Traveller's check *(chèque-voyage)* : chèque préimprimé, libellé en monnaie française ou étrangère, dont le montant est arrondi, et qui permet au porteur d'être protégé contre tous les risques de vol.

Winch *(cabestan)* : treuil destiné à étarquer les drisses ou à border les écoutes de voiles.

Wishbone *(bôme double)* : partie mobile du gréement, à double arceau, qui permet de manœuvrer la voile. ■

«Tu aurais dû changer de canne pour ton balancé dans l'ensable»

«Tu aurais dû changer de club pour ton swing dans le bunker»

«Mon caddy m'avait pourtant conseillé de tenter un birdie sur le trou 3 en utilisant le driver»

«Ma cadette m'avait pourtant conseillé de tenter l'oiselet sur le trou 3 en utilisant le bois un»

«Oui, c'est vraiment un superbe chalenge de faire ce travail avec nos quatre puissants bouteurs»

«Oui, c'est vraiment un superbe challenge de faire ce job avec nos quatre puissants bulldozers»

BEST COPY AVAILABLE

Bar English? French Bicker on Barricades

By MARLISE SIMONS
Special to The New York Times

PARIS, March 14 — The French official, elegant as always, walked into the Foreign Ministry salon, bowed slightly and began, "Le briefing est off the record."

Soon, official use of such a phrase will be against the law if the Culture Ministry has its way. So will Fun Radio's un-French name and its babble about "le listing" on "le hit parade." Not to mention Ford Motor Company's advertisement for a new car equipped with "le air bag."

France's old and losing battle against the English language has moved into a new and touchy phase now that the Government has presented a draft law to put up a barrier against further foreign incursions.

Ridiculous, Novelist Says

The proposed law, which faces a vote in the National Assembly this spring, would ban foreign words from virtually all business and Government communications, radio and television broadcasts, public announcements and advertising messages whenever a "suitable local equivalent" exists in French.

Labels and instructions for products would have to include French. So would conferences and publications arranged by French citizens. Violators could be punished with fines, so far unspecified, or lose state financing.

Some English words commonly used in France, and the French equivalents recommended by a Government panel.

AIRBAG	*coussin gonflable de protection*
BEST SELLER	*succès de librairie*
BRUNCH	*grand déjeuner*
COOKIE	*sablé américain*
CAMERAMAN	*cadreur*
COCKPIT	*habitacle*
DATABANK	*banque de données*
FAST FOOD	*restauration rapide*
JUMBO JET	*gros-porteur*
MARKETING	*mercatique*
PARKING*	*parc de stationnement*
POPCORN	*maïs soufflé*
PRIME TIME	*heures de grande écoute*
TALK SHOW	*causerie*

*Used by the French to mean parking lot.

In a nation where debates over language keep many people entertained, writers, singers, politicians and teachers have already warmed to the issue, and participants have split into several camps. One sees itself — and English — as modern, hip, flexible; another identifies with the glory of French culture.

A third camp holds that while the other two exaggerate their claims, the world's cultural diversity is threatened by increasingly standardized products and advertising-speak.

The proposed law is "pas très cool," grumped le "disque-jockey" of the popular radio station Skyrock.

The novelist Jean d'Ormesson, who has always defended his national tongue, says the bill is ridiculous. "Borrowed words have always enriched the language," he said. "We have accepted good foreign words like sofa and opera."

Infomatin, a new Paris tabloid, sniffed, "All proposals designed to legislate on the use of language give off a stale smell."

But the Government, heartened by its victory last December in

Continued on Page A14, Column 3

What, Banish English? French Bicker on Barricades

Continued From Page A1

retaining the right to levy taxes and set quotas on imports of American-made movies, television programs and music recordings, seems determined to win passage of the law in the name of defending French culture.

'An Act of Faith'

Recently the National Assembly adopted a law stipulating that a minimum of 40 percent of the songs broadcast by radio stations be in French.

A majority of lawmakers in the conservative-dominated National Assembly are in the Government camp on the language bill, as are a number of intellectuals. Among them is Claude Hagège, a prominent linguist, who said that while he was not against the introduction of loan words, "we should act against excesses."

Last week, Prime Minister Edouard Balladur inaugurated a Higher Council of the French Language and solemnly told its 29 members that defending their tongue was "an act of faith in the future of our country." Maurice Druon, a secretary to the French Academy, the traditional arbiter of language, has suggested that "observers" start monitoring usage on radio and on television.

The enemy, unnamed in the draft law, is English, of course, which has burrowed its way into music, sports, commerce and science, undercutting elaborate French words and phrases with snappy expressions like "le marketing," "le cash flow" "le stress" "le kit" and "le brainstorming."

Advertising agents and scientists seem flummoxed by the proposed ban. Officials at the Pasteur Institute, the renowned medical research center, said they were unsure that under the new restrictions they could continue three specialized publications that have English titles and largely English texts.

"We don't know where we stand," said Nadine Peyrolo, one official. "It will be very expensive if we must provide simultaneous translation for every colloquium."

The purists wage war against polluted French.

France has had linguistic purges before, repressing its regional tongues until early in this century and turning against English in the 1960's, when American culture and technology started galloping across Western Europe.

Le Canard Enchaîné, the satirical weekly, said the proposed law would have no more effect than a 1975 measure banishing foreign words from advertising and radio and television news.

"Language, like French genius, comes and goes," the weekly said. "At the moment, neither is in good shape. Like the English, we can't get used to the idea of being a second-rank nation."

The Marauding Anglo-Saxons

Culture Minister Jacques Toubon, the bill's promoter, makes the opposite case, saying the law would permit France to "better assume its responsibility" at the forefront of countries in which French is still widely used. Forty-seven countries attended the summit meeting of francophone nations in Mauritius last October.

"The use of a foreign language is not innocent," Mr. Toubon said. He said the "Anglo-Saxon" countries, far from being satisfied with the hegemony of English, were making "considerable efforts" to conquer new linguistic territory. English is so popular in France that almost 80 percent of high school students choose it as their foreign language of study.

Despite its air of general disapproval, the French Academy regularly publishes neologisms and borrowed words that it has approved.

Wordsmiths have in many cases come up with French alternatives for innovations like the microchip ("puce," which means flea) and software ("logiciel"). The name of the train that is to ferry passengers through a tunnel under the English Channel is to change its name from Le Shuttle to La Navette.

This week the Delegation for the French Language, appointed by the Culture Ministry, is to publish a dictionary of French terms it recommends as substitutes for English words adopted in France.

Government officials insist that the campaign is not anti-American but part of an effort to help French people who are often unfairly confronted with job contracts or product information in a foreign language.

But the movement seems to be aimed chiefly at suppressing "Franglais," a hybrid born of the French penchant for borrowing English words and adding something to them or subtly changing their meaning. In France, "le pressing" is the dry cleaner, "le footing" means jogging and "loger" is computer-speak for "to log on."

Because the French love words, the issue has led to endless debate on portentous questions like: Does language determine the way people think and act? Are the French more elegant in expression, or just long-winded?

To a foreigner, the French substitutes proposed for some English expressions may seem cumbersome as well as longer. If the Government triumphs, cars will no longer be equipped with an air bag, but the "coussin gonflable de protection."

Eileen M. Angelini, PCT&S

BEST COPY AVAILABLE

DEFENDING THE 'FRENCH WAY'

French Ministers Take Stands On French Language

By Howard LaFranchi
Staff writer of The Christian Science Monitor

PARIS

ANYONE looking for the quintessential Renaissance man need go no farther these days than Alain Juppé, the French foreign minister.

The French official – according to the French press anyway – saved Sarajevo from the Bosnian Serbs by pressuring the United States and the rest of NATO to issue an ultimatum to the Serbs to remove their weapons from around the city or risk airstrikes. He also runs France's Gaullist party, the Rally for the Republic, and last week announced an updated listing of the preferred French spellings for the world's countries, their capitals, and the people who live there.

The people of Lisbon are now "*Lisboètes*," not "*Lisbonnins*." Saudi Arabia is "*Arabie saoudite*" not "*Arabie-Séoudite*," while "*Nouvelle-Delhi*" is now "New Delhi." And the erstwhile keystone of French Arab policy is no longer "*Irak*" but "Iraq," as it is spelled in English.

A joint commission of Mr. Juppé's ministry and the Ministry of Education came up with the seven-page list of name revisions published recently in the Official Journal, France's equivalent of the US Congressional Record. But the literary Juppé took a personal interest in the revision, which updates an earlier listing published in 1985, according to the minister's deputy spokesman, François Gouyette.

ERIC LUYCKFASEEL/REUTERS

JUPPÉ: *France's foreign minister takes on fight to rid French of foreign words along with negotiating peace in Bosnia.*

But if Foreign Minister Juppé is a Renaissance man, his colleague in the Ministry of Culture, Jacques Toubon, is a veritable superman. In a single bound – that is, a single law – he is proposing to save the French language from the encroachment of English.

Mr. Toubon, remembered for labeling Steven Spielberg's dinosaurs a "threat to French culture" last year, wants to ban all foreign-language terms from television and radio and advertising and business contracts in addition to limiting the use of foreign languages in scientific seminars and other gatherings in France.

No more "Just Do It" for Nike. No more talk of "le coach" on sports programs, "deadlines" among politicians, or "cash" and "marketing" among business people. French scientists already are complaining the measure could take France off the science-seminar circuit, while some of Toubon's colleagues worry it may harm foreign investment in France.

Toubon's proposed law does not single out the English language, but in an article in the Paris daily Le Monde, the culture minister alluded to the tough position the US took on cultural issues in recent international trade negotiations, saying: "Anglo-Saxon countries, far from contenting themselves with the beneficial position of the English language, especially in cultural industries, are deploying considerable efforts ... so that their language maintains its position and conquers new territory."

The proposed legislation is similar to an unenforced law passed in 1975, but it proposes stiff fines, notably against advertisers. Whether Toubon will be more successful in his quest for truth, justice, and the French way, remains to be seen.

But if he does nothing more than coerce other ministries into revising invitations that speak of a "cocktail" where the perfectly French *réception* would do, he will have made his mark.

1492 1992

The Religious Legacy

A SPECIAL REPORT

The uprooting of Spain's Jews and Muslims brought to an end a fertile civilization and a unique era of coexistence between adherents of the three great monotheistic religions.

■ French institute to educate Islamic imams for Western society. Page 10.

■ Some Muslims find inspiration in fundamentalism. Page 10.

■ Many black Americans are drawn to Islam. Page 11.

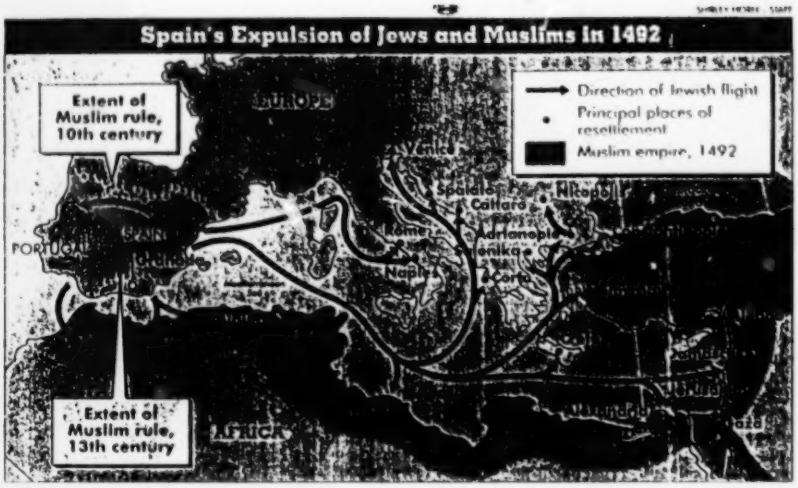
■ Israelis are torn by conflicting demands of religion and secular statehood. Page 12.

■ The dramatic rise in anti-Semitism after collapse of USSR. Page 13.

■ Thousands of Jews expelled from Spain were welcomed in Turkey. Page 13.

■ Catholics in Latin America brace against Protestants' rising influence. Page 14.

■ US Indians wage a legal battle for religious freedom. Page 14.



HISTORICAL TURNING POINT

The End of Tolerance

By Howard LaFranchi
Staff writer of The Christian Science Monitor

PARIS

"THEY say Ferdinand is a clever prince, but he impoverishes his kingdom and enriches mine."

Legend lends those words to Bayezid II, sultan of the Ottoman Empire at the turn of the 15th century, as he took in Jews expelled by King Ferdinand and Queen Isabella in their campaign to purify Roman Catholic Spain. The campaign culminated in 1492: first with the defeat of Granada, Islam's last kingdom in Christian Europe, then with the royal decree banning Judaism.

Five hundred years later, the wisdom of Bayezid's words is recognized in Spain, where the loss of a prosperous, often educated, and influential Jewish community is acknowledged as a factor in its fall as a European power.

King Juan Carlos marked the quincentennial of the expulsion March 31 with a reconciliation speech in the Madrid synagogue to representatives of both Spain's now-modest Jewish community and the Sephardic diaspora.

But the Jewish expulsion alone does not capture the full significance of what Spain lost, nor does the end of Islam's rule over its last piece of the Iberian Peninsula: The Jews had been expelled from other European countries, and the Muslims had known other defeats.

What gives these events particular importance is that they mark the end of a unique era that brought together in Spain the three great monotheistic religions born and developed in the crucible of the Mediterranean basin.

"The radical aspect of 1492 was to abolish a unique historical moment of coexistence and dialogue among the three religions of the book," writes Edgar Morin, a noted French sociologist, in the preface to "The Jews of Spain," an exhaustive work tracing the paths of Sephardic Jewry. It "destroy[ed] in Spain, where it could have and should have been born, the possibility of an open and tolerant Europe."

It is not as though the three religions and cultures lived in idyllic harmony in Spain until 1492. The Jews had experienced terrible massacres in 1391, faced forced conversions and laws limiting many top professions to "pure-blood" Christians, and had been ordered in 1480 to inhabit separate neighborhoods. The final push to conquer Al-Andalus – today's Andalucía – and rid the Iberian Peninsula of its last Islamic state, had begun in 1482.

But the Jews had been in Spain for more than 1,000 years, the Muslims for nearly 800, so it was not itinerants or foreigners who were forced out, but people with deep roots in their communities.

"Politically, there was constant confrontation between the [Muslim and Christian] powers, often leading to battles, but at the same time there was significant interaction at the level of common populations," says Margarita López Gómez, a specialist in medieval history and director of the Department of Art and History at Madrid's Western Institute for Islamic Culture. "In cities like Toledo, Córdoba, and many more, the communities lived next to and among one another, they intermarried and mixed."

The Muslims brought new levels of astronomy, medicine, and literary exposure to Spain and Europe, as well as a "green revolution" through irrigation methods that transformed arid parts of Andalucía. Their architectural influence gave Spain the country's unique style. Today much of Spanish food and 30 percent of the language is of Arabic origin.

The Jews provided some of Spain's greatest medieval thinkers, and excelled in commerce, banking, and artisanal trades. Equally important was their role as a go-between for Muslims and Christians, says Henry Méchoulan, a French specialist in Spanish literary history, editor of "The Jews in Spain," and himself a Sephardic Jew.

The Muslims had brought the Greek classics to Spain, but they were written in Arabic. The Spanish and Catholic hierarchies turned to Jewish intellectuals to translate, says Mr. Méchoulan.

What brought this "unique historical moment" to an end? The hardships and dynamics of an evolving society, he adds, began to cause people to react against others different from themselves.

Outside forces also played a role, says Mrs. López: "Particularly the Church, in Rome, and other European dynasties, pushed the Spanish kings to rid the peninsula of the infidels." And the Castillian royalty saw the war against the Moorish kingdom of Granada as a unifying factor for Spain's divided kingdoms.

Granada's fall quickly led to the Jewish expulsion. The Jews were required to convert to Christianity within three months, or leave. Some 150,000 are thought to have fled, with other thousands remaining and accepting conversion – many to fall later to the Inquisition.

The consequences were devastating. Stripped of its most experienced financial managers, Spain lacked "the talent to manage its wealth" when gold began pouring in from the Americas, says Méchoulan. "They had to turn to German and [Italian] bankers, and that's who profitted."

For Jews, Edict A Resounding Memory

By Jane A. Lampmann
Staff writer of The Christian Science Monitor

BOSTON

THE expulsion of Jews from Spain reverberated throughout the Jewish world – and down Jewish history. "It was a tremendous thing ... a shock," says Shlomo Ben Ami, professor of Spanish history at Tel Aviv University.

The reason for the "deep impact on our collective memory," Professor Ben Ami adds, is not only that this was the largest Jewish community at the time. It was also "the most important, the most prosperous, the most culturally fertile Jewish community in Europe." And Spain had become, in a sense, a Jewish homeland.

Ben Ami, himself a Sephardic Jew (a descendant of Jews expelled from Spain), became the Israeli ambassador to Spain the year after relations were established between the two nations in 1986. His term culminated with the November 1991 Madrid Peace Conference.

At that conference – involving another set of tensions between Arabs, Jews, and Christians – Spanish Prime Minister Felipe González recalled the unique historical moment when the three produced a brilliant civilization that helped spur Europe's renaissance.

Ben Ami attributes the flowering in Muslim-ruled Spain – producing such intellectual giants as philosophers Averroes and Maimonides – to interaction among the three groups and the "inherent tolerance of Islam toward the Jews." Islam accepted the Jews' difference as the "people of the book," he says. It conceived no policy of mass conversion, as practiced by Spain.

The consequence of that policy, he adds, was impoverishment – of Spain and the Jews. Spain lost out economically and culturally, and Sephardic Jews failed to equal those achievements elsewhere.

Sephardis found new homes, preserving traditions still practiced among Jews, but their descendants found a mixed reception in Muslim lands. One of Ben Ami's first recollections as a child in Tangier, Morocco, was of the Spanish foreign legion arriving to protect the Jewish community from Arab mobs.

In the long view, the expulsion, as did the Holocaust, fed the stream of Jewish history leading to creation of the State of Israel. As Ben Ami recalls, the greatest leader in that last generation of Jewish life in Spain, Isaac Abravanel, said after failing to win a reprieve for his people in 1492:

"The only conclusion I can draw from this situation is that we need to go back to the Holy Land, we need to go back to Palestine, to Israel."

BEST COPY AVAILABLE

FL023315-
FL023328

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement (OERI)
Educational Resources Information Center (ERIC)

NOTICE

REPRODUCTION BASIS

☑ This document is covered by a signed "Reproduction Release (Blanket)" form (on file within the ERIC system), encompassing all or classes of documents from its source organization and, therefore, does not require a "Specific Document" Release form.

Geoffrey Voght - Eastern Michigan University

☐ This document is Federally-funded, or carries its own permission to reproduce, or is otherwise in the public domain and, therefore, may be reproduced by ERIC without a signed Reproduction Release form (either "Specific Document" or "Blanket").